



Noch ist es an der Tagesordnung, dass die Werkstatt den Reifen erst bestellt und dann auch montiert. Foto: ProMotor

# Online-Reifenportale: Fluch oder Segen?

Mehr und mehr Reifen werden online verkauft.

Und viele Verantwortliche in Werkstätten glauben, das sei schlecht für sie. Stimmt das?

**D**ie gute Nachricht: nein, das stimmt nicht. Denn erstens wird der größte Teil der Reifen nach wie vor offline verkauft. Nur etwa 14 Prozent aller Reifen gehen über den virtuellen Ladentisch. Viele Online-käufer lassen sie aber in ihrer Werkstatt montieren.

Satte 62 Prozent der im Internet gekauften Reifen gehen nämlich zur Montage in eine Werkstatt. Die großen Absahner in diesem Geschäft sind die freien Werkstätten, sie erhalten 47 Prozent vom Kuchen, während die Vertragswerkstätten neun Prozent der online gekauften Reifen montieren. Schlusslicht sind die Reifenfachhändler: zu ihnen werden nur sechs Prozent der online bestellten Reifen zur Montage gebracht.

## Online bestellt, in der Werkstatt montiert

Diese Zahlen stammen aus einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung BBE. Dort erwartet man, dass der Anteil der im Internet verkauften Reifen weiter steigen wird. Bis 2020 soll er etwa 20 Prozent ausmachen. Dabei rechnet die BBE vor allem mit Wiederkäufern. Offenbar sind nämlich diejenigen, die Rei-

fen per Mausclick kaufen, mit dem gebotenen Service zufrieden. Man geht davon aus, dass 85 Prozent derjenigen, die jetzt schon Reifen online gekauft haben, das auch wieder tun werden. Schlechte Erfahrungen sehen anders aus. Die freien Werkstätten machen übrigens schon eine Menge richtig. Mehr als die Hälfte von ihnen ist als Montagestation in einem Autofahrer-Reifenportal gelistet. Das sind über 20.000 Betriebe. Diese hohe Zahl führt dazu, dass die meisten online gekauften Reifen auch in freien Werkstätten montiert werden. 86 Prozent der Vertragswerkstätten sind ebenfalls in den Portalen präsent. Da dies aber nur insgesamt 17.000 Betriebe ausmacht, erhalten sie auch nur einen kleineren Anteil. Nur 4340 Reifenfachhändler sind als Montagestation geführt. Das sind zwar 66 Prozent der Reifenbetriebe. Sie können aber durch ihre kleine Zahl nur den kleinen Anteil von sechs Prozent auf ihre Bühnen locken.

## Ein Drittel macht es selber

Der Do-It-Yourself-Anteil bei online gekauften Reifen liegt heute noch bei 37 Prozent. Er wird wohl in Zukunft schrumpfen.



Online gekaufte Reifen werden häufig in der freien Werkstatt montiert. Quelle: BBE



Wer Reifen schon einmal online gekauft hat, wird es vermutlich wieder tun. Die Zufriedenheit ist hoch.

Denn das Zunehmen von Reifendruck-Kontrollsystemen wird diese Arbeit zunehmend zu den Profis verlagern. Schon nach diesen Zahlen wird deutlich: die Verlagerung des Reifenkaufs ins Internet muss eigentlich niemanden beunruhigen. Denn das Geschäft mit der Montage kommt trotzdem in den Werkstätten an. Was in Zukunft wohl weniger werden wird, ist das Geld, das man am Reifenverkauf verdient. Eine Anpassung der Montagekosten für im Internet gekaufte Reifen kann da leicht Abhilfe schaffen.

Schließlich ist der Reifekunde mit seinem Anliegen und seinem Fahrzeug in der Werkstatt. Wer dann nicht das Auto genau unter die Lupe nimmt, ist selber schuld. Denn eins ist klar: der Service findet immer noch offline statt.

## Keine Angst vor dem Netz

Angst vor dem Internet muss übrigens niemand haben. Denn als Informationsquelle Nummer eins ist es fest in unseren Alltag integriert. Sehr viele Kaufprozesse laufen derzeit nach dem Schema ROPO ab. Das steht für „Research Online, Purchase Offline“ und heißt nichts anderes, als dass man sich vor dem Kauf einer Ware im Laden gründlich darüber im Internet informiert.

Da geht es nicht zwingend um den Preis. Es geht ebenso um Qualität. So ist eines der meist gesuchten Stichwörter im Zusammenhang mit dem Reifenkauf „Reifentest“. Aufgrund der Tatsache, dass die Kunden vor dem Kauf gut informiert sind, kann der Verkauf dann unter Umständen schneller vonstatten gehen. Für Werkstattprofis kann das bedeuten, dass wie weniger beraten müssen. An sich nicht so schlecht.

44 Prozent der Reifekäufer nutzen das Internet vor dem Kauf zur Information. Fast die Hälfte der Käufer weiß also vorab schon sehr genau, was sie will. Für diejenigen, die die Reifen dann verkaufen, bedeutet das auch, dass sie sich darauf einstellen müssen. Sie müssen selbst sehr gut über die Qualität der von ihnen angebotenen Produkte Bescheid wissen. Sonst kann es am Ende sein, dass der Kunde mehr weiß als sie selbst.

## Preisvergleich mit Smartphone noch selten

Eine weit verbreitete Angst ist die, dass Kunden im eigenen Betrieb Preisvergleiche per Smartphone anstellen. Das ist bisher eher eine Randerscheinung. Denn auch die Nutzung von Mobilgeräten zur Informationsbeschaffung findet zumindest bisher vorwiegend zu Hause statt. Das Tablet schafft hier derzeit 13 Prozent, das Smartphone elf. Mit zunehmender Verbreitung dieser Geräte kann sich das aber schnell ändern. Wer hätte noch vor Jahren gedacht, dass die mobile Datennutzung sich so rasant ausbreiten würde?

Überhaupt: bisher nutzen die Reifekunden das Internet vorrangig zu Hause, und das am PC oder Laptop. Satte 92 Prozent gaben an, dass sie so ihre Informationen über Reifen beschaffen. Den Online-Kauf von Reifen lehnen dabei immerhin 20 Prozent komplett ab. Ihnen fehlt das Vertrauen in das Medium. Viele von ihnen finden aber auch, dass offline einfach schneller geht.



Weitere Infos zum Thema auf [www.amz.de/reifenportale](http://www.amz.de/reifenportale)

Wir haben für Sie zusammengestellt, welche Reifenportale es speziell für Werkstätten gibt und welche Services sie anbieten.

## Internet gefühlt langsam

Denn das schnelle Medium Internet ist beim Reifen-Einkaufsprozess gefühlt langsam. Während viele Autofahrer einfach in die Werkstatt fahren und sehr schnell mit ihren neuen Reifen zurückkehren, gibt es bei der Internetbestellung immer noch eine Wartezeit, bis die Reifen überhaupt da sind. Und dann muss man noch in die Werkstatt. Und dort wartet man wieder.

Es gibt noch weitere Gründe, die für viele Autofahrer gegen einen Online-Kauf sprechen: so empfinden viele trotz der zahlreich gelisteten Montagepartner die Montage, den Versand oder auch die mögliche Reklamation als problematisch. All diese Gründe schrecken nicht wenige Autofahrer vom Internet-Kauf ab. Dazu kommt, dass der Preisvorteil beim Online-Kauf nicht oder nur in geringem Maße vorhanden ist.

So oder so. Auch wenn die Begeisterung für Online-Käufe bei Reifen bisher nicht riesig ist: der Trend ist da. Wie schnell er sich wirklich durchsetzt, wird die Zeit zeigen. Bei einer großen Reifenhandelsplattform denkt man derzeit über die Einführung eines Vor-Ort-Service direkt beim Kunden nach. Das ist dann der Punkt, an dem es für Werkstätten bedrohlich werden kann.

Die Online-Kompetenz der Autofahrer steigt und mit ihr auch der Anteil der online verkauften Reifen. Aber trotz allem mögen die Fahrzeuglenker das Thema Reifen nicht sonderlich. Das ist ein wichtiger Grund, den Kauf der schwarzen Rundlinge an den zu delegieren, der sich ohnehin um den fahrbaren Untersatz kümmert: die kompetente Werkstatt.

Dr. Frauke Weber



**APC** Germany GmbH

LENKSYSTEME · TURBOLADER · BREMSSÄTTEL

Am Wasserturm 19-21 - 48653 Coesfeld- Germany

[www.apc-germany.de](http://www.apc-germany.de) - [info@apc-germany.de](mailto:info@apc-germany.de)